

## Mediatisierung: über die Bildung des Begriffs

Steckert, Ralf

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Arbeitspapier / working paper

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Steckert, R. (2023). *Mediatisierung: über die Bildung des Begriffs*.. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-91246-3>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:  
<https://creativecommons.org/licenses/by/1.0/deed.de>

### Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:  
<https://creativecommons.org/licenses/by/1.0>

*Ralf Steckert*

## **Mediatisierung: über die Bildung des Begriffs**

**Juli 2023**

Die Herausbildung und Etablierung des Begriffs *Mediatisierung* entstand aus einer engagiert und z.T. zugespitzt geführten Debatte der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Gemeinschaft. Der Verfasser dieses Artikels geht dem mittels angeordneter Darlegungen von verhandelten Definitionserörterungen nach, und kommt aufgrund seines Forschungsinteresses abschließend selbst zu seiner Positionierung in der Begriffskontroverse.

Ein heute bestimmendes Moment der soziokulturellen *Kulturen*, die öffentlich thematisiert werden, ist das der Wirksamkeit der genutzten *Medien* bzw. die Art und Weise ihrer Wirkungen. Eine Besprechung dessen setzt eine Klärung des Medienbegriffs voraus, der hier in Anlehnung an den Kommunikations- und Medienwissenschaftler Andreas Hepp (2010b) definiert werden soll. Der relevante Zusammenhang hebt „explizit“ auf „technische Verbreitungsmittel“ ab (vgl. ebd.: 230), nicht auf Sprache, die grundsätzlich jedoch auch als Medium beschrieben werden kann. Gemeint sind bei Hepp (2010b) *Kommunikationsmedien*. In folgende vier Dimensionen lassen sich diese nach Herleitungen von Hepp erkenntnisgewinnbringend sortieren (ebd.: 230):

„Erstens verfügen sie über ein technisch basiertes Zeichensystem, welches die Kommunikation mit ihnen auf eine bestimmte Art und Weise (vor-)strukturiert. Zweitens sind sie durch charakteristische soziokulturelle Institutionen gekennzeichnet. Drittens haben Kommunikationsmedien für sie charakteristische Organisationen. Und viertens erbringen sie für bestimmte soziale Gruppen und Gesellschaften spezifische Leistungen, die es als kulturelle Konstruktionen gleichwohl kritisch zu hinterfragen gilt.“

Hepp (2010b) beschreibt damit einen (heute zumeist digital angelegten) kommunikationsbezogenen Zusammenhang, der die Lebenswelt von Gesellschaftsteilhabenden gestaltet. Im Folgenden sollen die begrifflichen Voraussetzungen des in der Medien- und Kommunikationsforschung dahinterstehend ausgemachten – prägenden – Transformationsprozesses besprochen werden. Es ist ein herausgestellter Prozess, welcher kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung in der deutschsprachigen (wie globalen) Medienkultur kennzeichnet und fortan ausrichtet. Der umstrittene Begriff dieses im Fokus stehenden Vorgangs in der gesellschaftlichen Organisation der digitalisierten Gegenwart wurde in einer kontroversen Debatte zwischen zwei Vorschlägen ausgehandelt, dabei präzise geschärft, und letztlich als durchgesetzt geltend etabliert. Diese Entstehungsgeschichte wird im vorliegenden Artikel entlang von beteiligten Positionierungen in aller Kürze ausgerollt und an

der dem Autor eigenen gemessen. Denn nicht zuletzt verortet dieser die Perspektive eigener Forschungsarbeit.

### **Medialisierung oder Mediatisierung? Medialisierung!**

Die wissenschaftliche Bestimmung „*medialisiert*“ rekurriert auf einen Begriff von der „*Medialisierung*“ der Lebenswelt, der sich von seinem Alltagsgebrauch unterscheidet. Gemeint ist damit zuallererst das Verständnis eines Objekts, eines Diskurses, einer Handlung, einer Repräsentation etc. als ein *medial vermitteltes*, also einer prozesshaften Vermittlung. Er weist jedoch darüber hinaus. Nach dem Kommunikationswissenschaftler Michael Meyen beschreibt „*Medialisierung*“ „den Strukturwandel und den Bedeutungszuwachs von Massenmedienkommunikation als Motoren gesellschaftlicher Veränderungen“ (Meyen 2009: 20). Mit eingeschlossen sind dabei „*Medienwirkungen zweiter Ordnung*“, das heißt Aspekte, die berücksichtigen „*wie andere gesellschaftliche Teilbereiche auf den Medienwandel reagiert haben*“ (ebd.). Demzufolge müsse unter anderem (ebd.: 36)

„(...) Medialisierungsforschung (...) nach der Medienlogik fragen und nach möglichen Veränderungen dieser Logik. Zu untersuchen sind Medieninhalte (Strukturwandel medial vermittelter öffentlicher Kommunikation: Aufmerksamkeitsregeln, Selektionskriterien, Produktionsroutinen, Mediengrammatiken), individuelle und kollektive Medienakteure (Arbeitsbedingungen und Selbstverständnis von Journalisten und Medieneigentümern, Massenmedien als intersystemische Organisationen) sowie die Faktoren, die das Handeln dieser Medienakteure beeinflussen (gesellschaftliche Leittrends, rechtliche und organisatorische Vorgaben, Publikumsverhalten).“

Das heißt, wenn ein Autor z.B. von „*medialisierten*“ oder *mediatisierten Narrativen* schreibt und diese bespricht, werden diese nicht nur von den genannten „Motoren gesellschaftlicher Veränderung“ bewegt werden, sondern – als immanenter Teil der „Medienlogik“ – diese weiter verändern und entwickeln (und bspw. „neue Leittrends“ oder „Aufmerksamkeitsregeln“ mit befördern). Zu einer daraus möglicherweise erfolgenden Begriffs- bzw. Formulierungsfrage: Obwohl sich Autor\_innen\* der Erörterung des Begriffs „*Medialisierung*“ explorativ zur Erhellung bedienen, ist dies keinesfalls zwingend als Stellungnahme gegen die Verwendung des Terms „*Mediatisierung*“ zu verstehen. Es dient oft vielmehr der Erklärung und Vorstellung der Sachlage. Beide Termini beschreiben denselben Prozess parallelgehend. Im Ergebnis streitbarer wissenschaftlicher Debatten der 0er und 10er Jahre wird dem Begriff „*Mediatisierung*“ mittlerweile überwiegend Vorzug und Geltung zuteil. Meyen (2009), sich

selbst diskursiv für die Verwendung von „Medialisierung“ positionierend, ordnet im Überblick<sup>1</sup> das differente und uneinige Feld der Begriffe (ebd.: 24):

„Die Begriffe ‚Mediation‘, ‚Mediatization‘, ‚Medialisierung‘ und ‚Mediatisierung‘ werden parallel verwendet – teilweise synonym, teilweise aber auch mit deutlichen Akzentverschiebungen.“

Trotz Versuchen der Systematisierung und ausgleichenden Klärung des Forschungsgegenstands (vgl. Donges 2005) verblieb eine Kontroverse<sup>2</sup> um die Termini *Medialisierung* und *Mediatisierung* als „Schlüsselbegriffe“ einer gesellschaftsanalytischen Kommunikationswissenschaft, welche nach Meyen (2009: 5) „mit Konstrukten wie *Globalisierung, Ökonomisierung, Kommerzialisierung oder Individualisierung konkurrieren*“ würden.

Im Zentrum der Überlegungen von Friedrich Krotz (vgl. Krotz 2001, 2007, 2008; Krotz/Hepp 2012) und der von Tanja Thomas (vgl. Thomas/Krotz 2008; Thomas 2008a, Thomas 2008b) fungiert -- von der ursprünglichen *Face-to-Face* Begegnung der Menschen ausgehend – insbesondere die *interagierende Kommunikation* als *Basisbegriff* fundamental. Hierauf abgestellt, begreifen sie den komplexen „Metaprozess“ „*Mediatisierung*“ als *Form eines sozialen und kulturellen Wandels* (vgl. Krotz 2003). Dieser Wandel ginge aus der *Ausdifferenzierung* der „*Kommunikationsumgebungen*“ der Menschen hervor, wie auch aus dem auf den sich stetig weiter *ausdifferenzierenden* „*Kommunikationsmedien*“ eines sich immer gleichermaßen weiter *ausdifferenzierenden* darauf bezogenen *Handelns* eben jener Nutzer\_innen (vgl. Krotz 2003, 2007)<sup>3</sup>. Meyen (2009), der nach Ulrich Saxer (1998) und mit Patrick Donges (2005) mit seiner Argumentation auf den Begriff „*Mediengesellschaft*“ rekurriert und „*Medialisierung*“ als „*prozessorientiertes, dynamisches Pendant*“ zu diesem ‚Konstrukt *Mediatisierung*‘ ansieht (vgl. Meyen 2009: 27), plädiert hingegen weiter entschieden für den Begriff „*Medialisierung*“. Er argumentiert gegenüber Krotz (vgl. 2007: 14) einwendend fest (Meyen 2009: 28):

---

<sup>1</sup> Meyen (2009) hat sowohl die Genese der Debatte als auch den begleitenden und leitenden begrifflichen Facettenreichtum im medien- und kommunikationswissenschaftlichen Feld übersichtlich aufgeschlüsselt und dargelegt.

<sup>2</sup> Beispielsweise sprach sich Rudolf Stöber (2008) im Sinne produktiven wissenschaftlichen Disputs mit Krotz (2008) noch einmal für „M wie *Medialisierung*“ aus (vgl. Stöber 2008) – im Gegensatz zu „M wie *Mediatisierung*“ (vgl. Krotz 2008). Thomas Birkner aktualisiert 2017 die Gegenüberstellung als eine von nunmehr herausgebildeten wissenschaftlichen Traditionslinien (vgl. Birkner 2017). Er unterscheidet im Feld aufhebend zwischen einem Fokus auf die Alltagsbezogenheit der Menschen, der *Mediatisierungsforschung*, und einem auf die Bedeutung der Massenmedien in gesellschaftlichen Teilbereichen, der *Medialisierungsforschung* (vgl. ebd.).

<sup>3</sup> 2007 legt Krotz „*Bausteine einer Theorie der zunehmenden Mediatisierung*“ zur Weiterentwicklung vor und macht folgendes zu deren Grundlage (Krotz 2007: 17): „(...) *Medienkommunikation (also Kommunikation mit und mittels Medien)* [wird] *als basaler Prozess in Gesellschaft und Kultur, aber auch als basaler Prozess im Alltag und als Bedingung für die Konstitution des Individuums und seiner Identität sowie seiner von ihm konstruierten und interpretierten Welt und Wirklichkeit begriffen*“ (Herv. i. O.).

„(...) obwohl es zwar richtig ist, dass die ‚Mediatisierung kommunikativen Handelns‘ im Alltag ‚eine zentrale und erfahrbare Dimension des sozialen und kulturellen Wandels‘ ist, dürfte aus einer solchen Mikroperspektive allerdings kaum zu erfassen sein, was der Begriff ‚Mediengesellschaft‘ beschreibt.“

### **Mediatisierung oder Medialisierung? Mediatisierung!**

Hepp (2010a) ergriff reflexiv von der Behauptung einer *linearen* „Medienlogik“ (vgl. Meyen 2009) abstandnehmend eine Debattenposition zugunsten des *Mediatisierungs-Ansatzes* von Krotz (2001; 2007), in welchem wesentliche Akzente zur Prozessfassung gesetzt werden. Hepp (2010a: 65) insistiert, dass „*das Konzept der Mediatisierung hilft, eine ‚Medienlogik‘ zu fassen, die über verschiedene soziale Felder hinweg besteht*“. Krotz entwickelte seinen Ansatz im Laufe wesentliche Arbeiten (vgl. Krotz 2001, 2003, 2007, 2008, 2012). Hepp wiederum geht auf die im Anschluss von Krotz‘ Positionierungen und Debattenbeiträge losgetretene, zügig fortschreitende Debatte ein und schlussfolgert positioniert innerhalb der Spanne der kontrastierten Sichtweisen. Mit einem Einspruch gegen Meyens Begriff der „Medienlogik“ (Meyen 2009), nimmt er eine Richtungsweisung vor (Hepp 2010a: 65):

„Pointiert formuliert ist mein Hauptargument, dass wir die ‚medialen Prägungen‘ einzelner kultureller Felder sorgfältig empirisch analysieren müssen und nicht von vornherein eine einzelne ‚lineare Medienlogik‘ unterstellen können. Gleichwohl ist für eine solche Analyse das Konzept der Mediatisierung dann hilfreich, wenn wir es als einen Rahmen der Forschung zum Zusammenhang von Medien- und Kulturwandel begreifen.“

Mit diesem anleitenden Kommentar kann die Beleuchtung des Debattenablaufs im Rahmen dieses Beitrags im Grunde hinreichend beschlossen werden. In der Folge des Schlagabtauschs kann der Begriff „*Mediatisierung*“ in der deutschsprachigen Forschungslandschaft zunehmend als konsensfähig und durchgesetzt angesehen werden.

Später dann, aufbauend auf der programmatischen Erweiterung der wissenschaftlichen Raumabmessung „*Mediatisierte Welten*“ (vgl. Krotz/Hepp 2012)<sup>4</sup>, diskutiert Krotz gemeinsam mit den Medienwissenschaftlerinnen Catrin Despotovic und Merle-Marie Kruse (Krotz/Despotovic/Kruse 2017) *Mediatisierung* im Kaleidoskop eines einschlägigen Sammelbands erneut als einen „*Metaprozess*“, welcher die Alltagswelten multipel *durchdringt* sowie vielfältig *gestaltet*. In der Einleitung formulieren sie so prägnant wie weitreichend (ebd. 2017: 1):

---

<sup>4</sup> Darin definiert Krotz (2012: 38) für die Perspektive des Bands paradigmatisch: „*Wir verstehen Mediatisierung (...) als einen lang andauernden, übergreifenden, in den verschiedenen Kulturen und historischen Phasen ungleichzeitigen und unterschiedlich sich entwickelnden Metaprozess eines Wandels von Medien, von deren Bedeutung sowie von den Chancen und Problemen, die sich daraus für die Menschen ergeben. Als Prozess von Prozessen begleitet Mediatisierung die Menschheit und wird sie auch weiter begleiten, (...)*“ (Herv. i. O.).

„Dieser Begriff [Mediatisierung] bezeichnet Handlungsfelder und Sozialwelten, in denen sich die relevanten Formen gesellschaftlicher Praktiken und kultureller Sinngebung untrennbar mit Medien verschränkt haben.“

Unter Bezugnahme auf die Arbeitsperspektive von Krotz heben die Autor\_innen an nachfolgender Stelle repräsentativ hervor, inwiefern der gesellschaftsprägende Prozess eingebettet werden muss (ebd.: 8):

„Zentral ist, dass es nicht *die* Mediatisierung gibt, sondern dass Mediatisierungsprozesse in Abhängigkeit von Kultur und Geschichte, Ökonomie und Politik verlaufen und in den unterschiedlichsten sozialen Entitäten ausgehandelt werden (müssen). Zudem wird auf die Rolle historischer Bedingungen heutiger Mediatisierungsprozesse sowie auf die Bedeutung anderer Metaprozesse wie Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung eingegangen. [Herv. i. O.]“

In diesem Sinne befürwortet der Verfasser vorliegenden Beitrags ein Verständnis der *Mediatisierungsprozesse* nach dem *Konzept der Mediatisierung* im Rahmen von Forschungsunterfangen – nicht zuletzt um an überzeugende Perspektiven und Entwürfe anzuschließen, die sich mit diesem Ansatz verbinden. Denn nach Krotz/Despotovic/Kruse 2017 ist Mediatisierung gleichsam als ein „*Forschungskonzept*“ zu verstehen, dass dem *Medienwandel* und die damit verbundene gesellschaftliche Transformation in einer „*computerkontrollierten digitalen Infrastruktur*“ (mithin den Digitalisierungsprozessen) begegnet und adäquat begegnen können sollte, wie explizit Krotz für seine Forschungspraxis kenntlich macht (vgl. Krotz 2017a: 17, Krotz 2017b). Der eingeläutete Medienwandel ist ein paradigmatischer Kulturwandel, der eine tiefgreifende Transformation gesellschaftlicher Verhältnisse begleitet und bewirkt. Krotz sieht in ihm die Verbindung von menschlichen Umgangsweisen und Handeln mit der Technik. In dieser Verbindung wird den Menschen Handeln in neuer Weise ermöglicht. Über den Zusammenhang von Wandel und Mediatisierung konstatiert Krotz (2018) paradigmatisch (ebd.: 12):

„Wenn wir diesen sozialen und kulturellen Wandel von heute verstehen wollen, müssen die menschlichen Umgangsweisen mit der Technik im Mittelpunkt stehen. Denn im Zusammenspiel von Technik und menschlichem Handeln kommt der soziale und kulturelle Wandel zustande, und Medien sind gerade Techniken, die menschliches Handeln und Kommunizieren in neuer Weise ermöglichen, indem sie zwischen dem Handeln und dessen Ergebnissen symbolisch, also über Daten vermitteln. Deshalb rückt das Konzept der Mediatisierung das Verhältnis von Mensch und Technik als Ursache für den derzeitigen rapiden kulturellen und sozialen Wandel in den Mittelpunkt.“

In jenem Sog des „rapiden“ – und radikalen Wandels befinden sich evident Prozesse sozialer Verhältnisse, die von dynamischen Artefakten abgebildet werden.

## **Mediatisierung.**

Die schließlich geltend gemachte Etablierung des Begriffs *Mediatisierung* ergibt sich mittelbar aus den Ergebnissen der aufgezeigten Einlassungen. In der Sache verstehen sich Medialisierung und Mediatisierung weitgehend übereinstimmend. Das heißt mit Meyen (2009), dass sich die Positionen grundsätzlich darauf einigen konnten beiderlei als Synonyme zu verstehen, auch wenn sie aus Gründen der „sprachlichen Prägnanz“ trotz dessen getrennt belassen werden sollten (vgl. Meyen 2009: 2). Überdies jedoch, wird der Autor dieses Artikels lediglich *mediatisieren* und *Mediatisierung* verwenden, da ihm aus berufsbezogenen und disziplinären Einbindungen heraus der Hinweis auf den etablierten, fachfremden Gebrauch der Bezeichnung „Medialisierung“ als ein weiterer Einwand triftig erscheint. In Bereichen der Soziologie, Sozialpsychologie, Sozialpädagogik/Sozialarbeitswissenschaft, Lernpsychologie und Geschichtswissenschaft ist dieser schon länger belegt (vgl. dazu den sich dem entgegen darauf positiv beziehenden Donges 2005: 323). Weiterhin verweist der Begriff „Mediatisierung“, wie angeführt, auf den anglo-amerikanischen Sprachgebrauch der „*mediatization*“ und verknüpft sich demzufolge auch sprachlich mit der international geführten, medien- und kommunikationswissenschaftlichen Debatte. Die darin formulierten wissenschaftlichen Grundlagen, Ansätze und Perspektiven verheißen für hiesige Forschungsfragen zudem dezidierten Gewinn, weil sie für etwaige Vorhaben relevante Dimensionen analytisch erweiternd und abgleichend erschließen können. So berühren sie insbesondere Fragen und Herausforderungen bezüglich der lebensweltlichen Folgen der gegenwärtigen dynamischen und umfassenden technischen Entfaltungen einer von Massenmedienkommunikation geprägten Gesellschaft sowie der daraus resultierenden Prozesse soziokultureller Transformation. Die allerdings auch Meyen (2009) bemerkt. Aufgrund der aufgeführten Gründe, zuzüglich eines unabhömmlichen Fokus auf kommunikatives Handeln, erscheint aber eine Begriffsbildung um „Mediatisierung“ ertragreicher. Dementsprechend plädiert dieser Beitrag auf ein – auf kommunikative Prozesse abzielendes – Verständnis nach Thomas/Krotz (2008) und schließlich Krotz (2018), welches die Wichtigkeit von Reflexionen bestärkt, und das sich mit einer Vielzahl theoretisch-methodischer Überlegungen produktiv vereinbaren lässt. Um die Erörterung mit einem Ausblick zu beenden, wird hier mit Krotz (2012) ein weiteres Wesensmerkmal des „Metaprozesses“ Mediatisierung skizziert. Krotz (ebd.) gibt mit einer grundsätzlichen Aussage zu *mediatisierten Deutungsrahmen* einen wesentlichen Impuls. Er hebt mit Blick auf seinen Forschungszusammenhang zur *erweiterten Realität (augmented reality)* der Gegenwart, ein entscheidendes Kernelement der Mediatisierung hervor (ebd.: 45):

„Mediatisierung stellt sich (...) als komplexer Prozessbegriff dar, der nicht ein Ding oder einen Zustand, sondern den Wandel in einem breiten Sinn in den Vordergrund stellt. Dabei verstehen wir Mediatisierung als Metaprozess, also als Prozess von Prozessen, die in verschiedenen Kulturen auf ganz unterschiedliche Weise, ungleichzeitig und durchaus auch gegenläufig verlaufen können (...).“

Dieses gilt es im Prozess der empirischen Analyse aller soziokulturell bestimmten Artefakte, bspw. von *YouTube*-Formaten, Memes, *Instagram*-Storys oder *TikTok*-Posts, die in ihrer Bedeutung aus kontextualisierten Referenz- und Deutungsrahmen hervorgebracht werden und von Medien geprägt sind, zu bedenken. Deshalb lässt sich mit Hepp (2010a) grundsätzlich bzgl. der „Prägfähigkeit“ von Medien festhalten, dass das Konzept der Mediatisierung einen erkenntnisversprechenden Rahmen bei der Erforschung von Bezügen zwischen der Transformation von Medien und Kultur bietet (vgl. ebd.: 65). Wird Hepps Hinweis aufgenommen, können anhand des Begriffs der Mediatisierung erhellende Befunde über gesellschaftliche Entwicklungsbahnen im Kontext der Alltagsdigitalisierung zu Tage gebracht werden.

## Literatur

Birkner, Thomas (2017): *Medialisierung und Mediatisierung*. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos (Konzepte, Band 18).

Donges, Patrick (2005): *Medialisierung der Politik - Vorschlag einer Differenzierung*. In: Patrick Rössler und Friedrich Krotz (Hg.): *Mythen der Mediengesellschaft - The Media Society and the Myths*. Konstanz: UVK Verl.-Ges., S. 321–339.

Hepp, Andreas (2010b): *Medienkultur kritisch erforschen: Cultural Studies und Medienanalyse*. In: Monika Wohlrab-Sahr (Hg.): *Kultursoziologie. Paradigmen - Methoden - Fragestellungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 227–249.

Hepp, Andreas a. (2010a): *Mediatisierung und Kulturwandel: Kulturelle Kontextfelder und die Prägfähigkeit der Medien*. In: Maren Hartmann und Andreas Hepp (Hg.): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss (Medien • Kultur • Kommunikation), S. 65–84.

Krotz, Friedrich (2001): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Opladen.

Krotz, Friedrich (2003): *Metaprozesse sozialen und kulturellen Wandels und die Medien*. In: *Medien Journal* 27 (1), S. 7–19.

Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel der Kommunikation*. Wiesbaden: VS.

Krotz, Friedrich (2008): *M wie Mediatisierung*. In: *Avisio* (47), S. 13.

Krotz, Friedrich (2012): *Von der Entdeckung der Zentralperspektive zur Augmented Reality: Wie Mediatisierung funktioniert*. In: Friedrich Krotz und Andreas Hepp (Hg.): *Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 27-55.

- Krotz, Friedrich (2018): Orientierung durch Medien. In: *merz. zeitschrift für medienpädagogik* 62 (3), S. 10–15.
- Krotz, Friedrich; Despotovic, Catrin; Kruse, Merle-Marie b. (2017): Zur Einleitung – Mediatisierung als Metaprozess: Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem. In: Friedrich Krotz, Cathrin Despotović und Merle-Marie a. Kruse (Hg.): *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden: Springer VS (Medien - Kultur - Kommunikation), S. 1–10.
- Krotz, Friedrich; Hepp, Andreas (Hg.) (2012): *Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krotz, Friedrich (2017a): Mediatisierung: Ein Forschungskonzept. In: Friedrich Krotz, Cathrin Despotović und Merle-Marie a. Kruse (Hg.): *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden: Springer VS (Medien - Kultur - Kommunikation), S. 13–32.
- Krotz, Friedrich (2017b): Pfade der Mediatisierung: Bedingungsgeflechte für die Transformationen von Medien, Alltag, Kultur und Gesellschaft. In: Friedrich Krotz, Cathrin Despotović und Merle-Marie a. Kruse (Hg.): *Mediatisierung als Metaprozess. Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden: Springer VS (Medien - Kultur - Kommunikation), S. 347–364.
- Meyen, Michael (2009): Medialisierung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 57 (1), S. 23–38. Online verfügbar unter <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2009-1-23>, zuletzt geprüft am 22.07.2021.
- Rössler, Patrick; Krotz, Friedrich (Hg.) (2005): *Mythen der Mediengesellschaft - The Media Society and the Myths*. Konstanz: UVK Verl.-Ges.
- Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. In: Ulrich Sarcinelli (Hg.): *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 52–73.
- Stöber, Rudolf (2008): M wie Medialisierung. In: *Avisio* (47), S. 13–14.
- Thomas, Tanja; Krotz, Friedrich (2008): Medienkultur und Soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung. In: Tanja Thomas (Hg.): *Medienkultur und soziales Handeln*. Unter Mitarbeit von Marco Höhn. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss (Medien - Kultur - Kommunikation), S. 17–42.
- Thomas, Tanja (2008a): Vorwort. In: Tanja Thomas (Hg.): *Medienkultur und soziales Handeln*. Unter Mitarbeit von Marco Höhn. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss (Medien - Kultur - Kommunikation), S. 7–15.
- Thomas, Tanja (2008b): Körperpraktiken und Selbsttechnologien in einer Medienkultur. Zur gesellschaftstheoretischen Fundierung aktueller Fernsehanalyse. In: Tanja Thomas (Hg.): *Medienkultur und soziales Handeln*. Unter Mitarbeit von Marco Höhn. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss (Medien - Kultur - Kommunikation), S. 219–237.